

KEPERCAYAAN DIRI DITINJAU DARI *FASHION* BERMERK



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar S1 Psikologi Islam (S.Psi)
Pada Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama
UIN Raden Intan Lampung**

Oleh :

Maharani Zahroh

1531080058



PROGRAM STUDI : PSIKOLOGI ISLAM

**FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1441 H/2020 M**

KEPERCAYAAN DIRI DITINJAU DARI *FASHION* BERMERK

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar S1 Psikologi Islam (S.Psi)
Pada Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama
UIN Raden Intan Lampung**

Oleh :

Maharani Zahroh

1531080058

PROGRAM STUDI : PSIKOLOGI ISLAM

Pembimbing I : A. Retnoriani, M.Si., Psikolog

Pembimbing II : Iin Yulianti, MA

**FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1441 H/2020 M**

ABSTRAK

Kepercayaan Diri ditinjau dari *Fashion* Bermerk

Oleh :

Maharani Zahroh

Kepercayaan diri merupakan suatu sikap positif yang didukung oleh rasa yakin dalam diri seseorang sehingga seseorang dapat melakukan kegiatan dengan optimis dan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki tanpa takut untuk salah. Suasana hati juga dapat mendukung rasa percaya diri seseorang. Ketika suasana hatinya sedang senang dan gembira, maka rasa percaya diri akan tumbuh dalam diri tersebut namun sebaliknya, ketika suasana hati seseorang sedang sedih, maka rasa percaya diri akan menurun. Rasa percaya diri dalam diri seseorang dapat menjadi sebuah ciri hidup sehat, yaitu ketika seseorang memiliki masalah dalam hidupnya, seseorang tersebut mampu mengatasinya dan dapat mengambil sebuah pelajaran dari pengalaman tersebut. *Fashion* merupakan persamaan kata dari dandan, gaya dan busana yang memiliki sifat sementara karena *fashion* terus berubah-ubah yang terus berlangsung dan tidak kekal. *Fashion* dapat menjadi salah satu cara untuk menunjukkan identitas seseorang atau suatu kelompok pada orang lain dan kelompok lain. *Fashion* dapat menjadi sebuah identitas diri dan *fashion* juga dapat mengekspresikan diri dalam berbagai peran dalam hidup seseorang yang sedang memakainya. Seseorang yang muda maupun yang sudah tua mendambakan tampil menarik, kemudian kebanyakan orang mengaku dirinya kurang percaya diri ketika tidak memakai *fashion* yang sedang tren saat ini dan bermerk atau berlabelkan *brand* terkenal ketika ingin berpergian. Pada penelitian ini subjek memakai *fashion* bermerk seperti, Adidas, Nike, Reebok, New Balance, DC Shoes, Gosh, Bershka, H&M, Ralph Lauren, Yves Saint Laurent (YSL), Comme des Garçons dan Zara. Hipotesis dalam penelitian ini, adanya hubungan kepercayaan diri ditinjau dari *fashion* bermerk.

Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa yang mengambil Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unila angkatan 2017 dengan sampel 80 yang diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan tiga metode pengumpulan data yaitu pertama, observasi, kemudian wawancara pada beberapa calon subjek dan terakhir menggunakan skala kepercayaan diri 26 aitem ($\alpha=0,876$) dan *fashion involvement* yang sudah dimodifikasi sehingga bisa digunakan dalam penelitian yang terdiri dari 23 aitem ($\alpha = 0,868$). Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan *product moment* dengan bantuan program SPSS 23.0 for windows.

Hasil penelitian menunjukkan $R_{xy} = 0.960$ dengan $p = 0,000$ ($p < 0,01$) yang berarti hipotesis diterima yaitu, ada hubungan yang signifikan terhadap *fashion* bermerk dengan kepercayaan diri yang memberikan sumbangan efektif sebesar 92.2%.

Kata Kunci: Kepercayaan diri, *fashion* bermerk



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA

Alamat: Letkol H. Indro Suratmen Sukarame Bandar Lampung Telp (0721) 703531, 780421

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Kepercayaan Diri ditinjau dari *Fashion Bermerk*
Nama : Maharani Zahroh
NPM : 1531080058
Program Studi : Psikologi Islam
Fakultas : Ushuluddin dan Studi Agama

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosyah
Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Pembimbing II

A. Retnoriani, M.Si., Psikolog
NIP. 196904061996032004

Iin Yulianti, MA
NIDN. 2009128002

Mengetahui
Ketua Prodi Psikologi Islam

Abdul Oohar, M.Si
NIP.197103122005011005



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA

Alamat : Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp (0721) 703531, 780421

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul Kepercayaan Diri ditinjau dari Fashion Bermerk.
Disusun oleh Maharani Zahroh NPM : 1531080058 Prodi : Psikologi Islam.
Fakultas : Ushuluddin dan Studi Agama, telah dimunaqosyahkan pada hari
Kamis, tanggal : 20 Februari 2020

TIM DEWAN PENGUJI

Ketua : Abdul Qohar, M.Si

Sekretaris : Annisa Fitriani, S.Psi., MA.

Penguji Utama : Drs. M. Nursalim Malay, M.Si

Penguji Pendamping I : A. Retno Riani, M.Si, Psikolog

Penguji Pendamping II : Iin Yulianti, MA

DEKAN

Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama



Dr. M. Anshori, M.Ag
NPM. 196003131989031004

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi Arab-Latin digunakan sebagai pedoman yang mengacu pada Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543b/U/1987, sebagai berikut :

1. Konsonan

Arab	Latin	Arab	Latin	Arab	Latin	Arab	Latin
ا	A	ذ	Dz	ظ	Zh	م	M
ب	B	ر	R	ع	' (Koma terbalik di atas)	ن	N
ت	T	ز	Z			و	W
ث	Ts	س	S	غ	Gh	ه	H
ج	J	ش	Sy	ف	F	ء	, (Apostrof, tetapi tidak dilambangkan apabila terletak di awal kata)
ح	H	ص	Sh	ق	Q		
خ	Kh	ض	Dh	ك	K		
د	D	ط	Th	ل	L	ي	Y

2. Vokal

Vokal Pendek		Contoh	Vokal Panjang	Contoh	Vokal Rangkap		
ـَ	A	جَدَلْ	ا	Â	سَارَ	يْ...	Ai
ـِ	I	سَدِلْ	ي	Î	قَيْلْ	وْ...	Au
ـُ	U	ذَكِرْ	و	Û	يَجُورْ		

3. Ta Marbutah

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasroh dan dhammah, transliterasinya adalah /t/. Sedangkan ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/. Seperti kata : Thalhah, Raudhah, Jannatu al-Na'im.

4. Syaddah dan Kata Sandang

Transliterasi tanpa syaddah dilambangkan dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu. Seperti kata : Nazzala, Rabbana. Sedangkan kata sandang "al", baik pada kata yang dimulai dengan huruf qamariyyah maupun syamsiyyah. Contohnya : al-Markaz, al-Syamsu.



PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Assalamu'alaikum wr.wb

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Maharani Zahroh

NPM : 1531080058

Program Studi : Psikologi Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul "Kepercayaan Diri ditinjau dari *Fashion* Bermerk" merupakan hasil karya peneliti dan bukan plagiasi dari karya orang lain. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi, maka peneliti bersedia menerima konsekuensi sesuai aturan yang berlaku di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Demikian pernyataan ini dengan sebenar-benarnya.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Bandar Lampung, 2020

Yang menyatakan,



Maharani Zahroh
1531080058

MOTTO

وَإِنْ تُطِيعْ أَكْثَرَ مَنْ فِي الْأَرْضِ يُضِلُّوكَ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ إِنْ يَتَّبِعُونَ إِلَّا الظَّنَّ
وَإِنْ هُمْ إِلَّا يَخْرُصُونَ ۝ ١١٦

Artinya : *“Dan jika kamu menuruti kebanyakan orang-orang yang di muka bumi ini, niscaya mereka akan menyesatkanmu dari jalan Allah. Mereka tidak lain hanyalah mengikuti persangkaan belaka, dan mereka tidak lain hanyalah berdusta (terhadap Allah).”* (QS. Al An’am:116)



PERSEMBAHAN

Bissmillahirrohmaanirrohim

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah atas Rahmat Allah *Subhanahu wata'ala*

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku Mama Eko Wahyuningsih dan Papa Sarimin MR, yang tiada hentinya mendoakanku, memberi dukungan, menjaga dan merawatku dengan penuh kasih sayang sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua kakak dan adik yang aku sayangi, Muhammad Rizko Fatra, S.Pt., Rizqi Ramadiansyah, S.Hut. dan Muhammad Sofyan Syah terima kasih telah menjagaku, memberikan semangat, dan memberikan motivasi kepadaku.

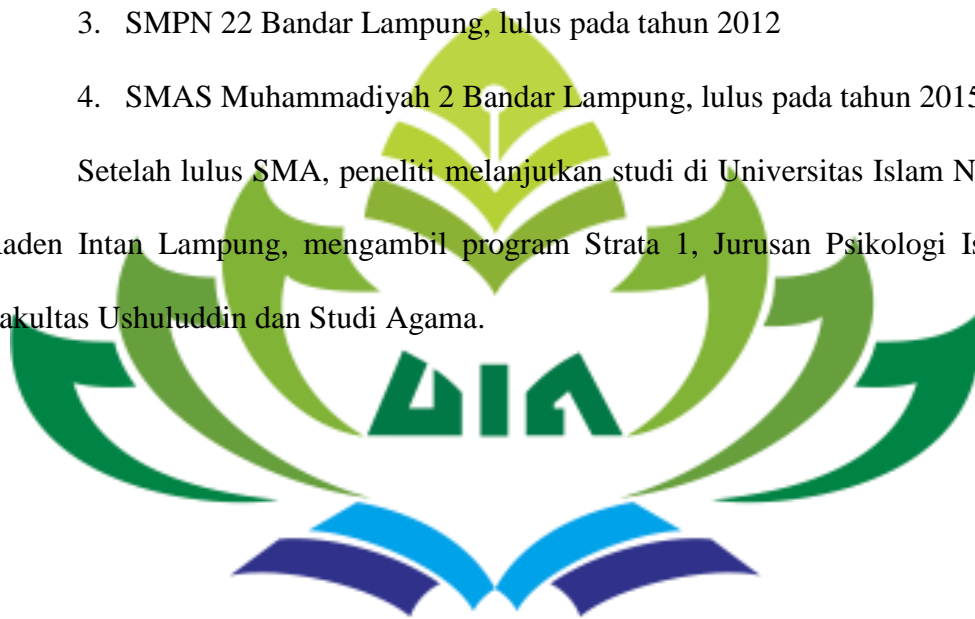


RIWAYAT HIDUP

Maharani Zahroh dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 05 Juni 1997. Peneliti merupakan anak ketiga dari empat bersaudara dari pasangan Bapak Sarimin MR dan Ibu Dra. Eko Wahyuningsih. Alamat tempat tinggal peneliti di Jl. Nunyai, Gg. Belimbing, No. 33, Rajabasa, Bandar Lampung. Berikut riwayat pendidikan peneliti:

1. TK PTP N VII Kedaton, Bandar Lampung, lulus pada tahun 2003
2. SDN 2 Rajabasa, Bandar Lampung, lulus pada tahun 2009
3. SMPN 22 Bandar Lampung, lulus pada tahun 2012
4. SMAS Muhammadiyah 2 Bandar Lampung, lulus pada tahun 2015

Setelah lulus SMA, peneliti melanjutkan studi di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, mengambil program Strata 1, Jurusan Psikologi Islam, Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama.



KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah *Subhanahu wata'ala* yang telah memberikan nikmat, ilmu pengetahuan, kemudahan dan petunjuk-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat dan salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad *Shallallahu 'alaihi wasallam* yang kita harapkan syafa'atnya nanti dihari akhir.

Skripsi dengan judul “Kepercayaan Diri ditinjau dari *Fashion* Bermerk”. Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dan kesalahan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang peneliti miliki. Oleh karena itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pembaca.

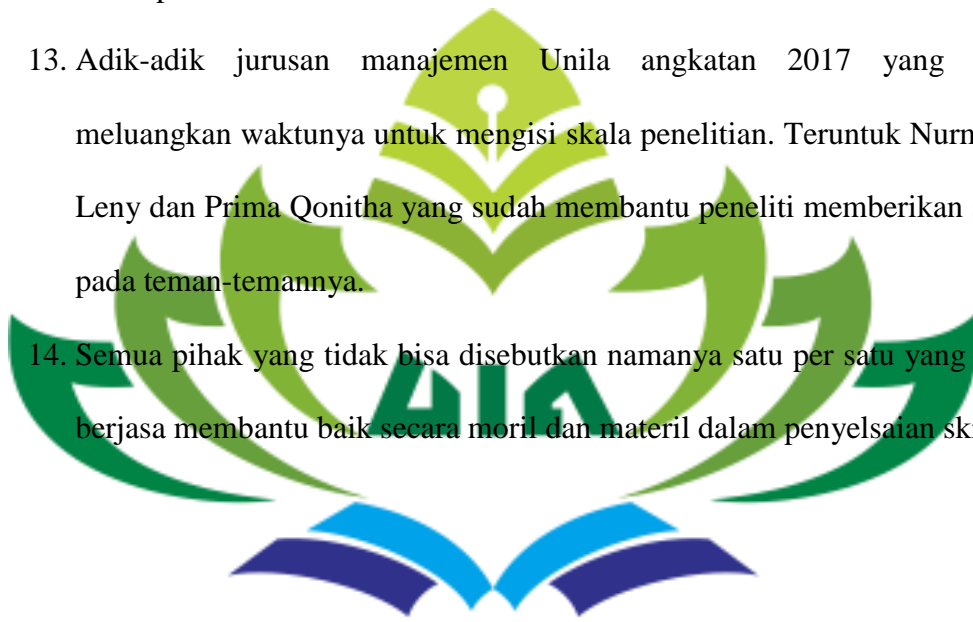
Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati peneliti, ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. M. Afif Anshori, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama.
2. Bapak Abdul Qohar, M.Si selaku ketua prodi Psikologi Islam dan Ibu Annisa Fitriani, S.Psi, M.A selaku Sekretaris Prodi Psikologi Islam yang telah memberikan arahan dan informasi penting dalam perkuliahan.
3. DR. H. Abdul Malik Ghozali selaku dosen PA yang telah memberikan bimbingan dan arahan pada peneliti.
4. Ibu A. Retnoriani, M.Si., Psikolog selaku dosen pembimbing I dan Ibu Iin Yulianti, MA selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu

untuk mendampingi peneliti dan memperbaiki kekurangan dalam penyusunan skripsi ini dengan penuh kesabaran.

5. Bapak Drs. M. Nursalim Malay, M.Si yang mendidik kami sampai saat ini dan membantu saat mengalami kesulitan dalam menyelesaikan skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah mendidik serta memberikan ilmu kepada penulis selama perkuliahan.
7. Chandra Prayoga, S.E. yang telah memberikan dukungan, menemani peneliti selama penyusunan skripsi dan memberikan motivasi agar peneliti cepat menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat-sahabatku Nia Mardiyanti, Amd.Kep., Joti Mar'atus Sholeha, S.Sos., Sascia Monica Aprilto, Dini Aulia Putri, Amd.Keb., Camelia Eki Widyastuti, S.Pd., Cheri Fadillah, S.Farm., dan Dewi Sekarwati, S.Si. yang telah memberikan motivasi dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman tercinta dari awal perkuliahan Sisca Permatasari, S.Psi., Kiki Wahyuni, S.Psi., Alya Devi Anjani, Amd., Jelita Dinda Aziza, S.Psi., Renita Febriana, S.Psi., Dwi Rahayu Ningsih, S.Psi., Gustin Dwi Utami, S.Psi., Nurhalimatul Wahyu, S.Psi., Theo Dora Roseliani, S.Psi. Teman main bareng, teman sekelas, yang akan selalu kurindukan masa-masa waktu kuliah, terima kasih sudah selalu bersama dan terima kasih atas dukungan serta bantuannya selama ini.

10. Keluarga besar angkatan Psikologi Islam 2015 khususnya kelas A dan kakak-kakak serta adik-adik yang telah memberikan kebersamaan, dukungan dan kerjasama.
11. Bapak Dr. Nairobi, S.E., M.Si. selaku dekan FEB dan Ibu Dr. Hj. Mahrinasari MS, S.E., M.Sc. selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik dan Kerjasama yang telah memberikan izin peneliti untuk melaksanakan penelitian di FEB Unila.
12. Ibu Sri Suningsih yang telah memberikan izin dan membantu peneliti untuk penelitian di FEB Unila.
13. Adik-adik jurusan manajemen Unila angkatan 2017 yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi skala penelitian. Teruntuk Nurmaida Leny dan Prima Qonitha yang sudah membantu peneliti memberikan skala pada teman-temannya.
14. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan namanya satu per satu yang telah berjasa membantu baik secara moril dan materil dalam penyelesaian skripsi.



Bandar Lampung, 2020

Maharani Zahroh
1531080058

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	ii
ABSTRAK	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
PEDOMAN TRANSLITERASI	vi
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	viii
MOTTO	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN	x
RIWAYAT HIDUP	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Tujuan Penelitian.....	9
C. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kepercayaan Diri.....	11
1. Pengertian Kepercayaan Diri.....	11
2. Ciri-ciri Kepercayaan Diri	12
3. Aspek-aspek Kepercayaan Diri	13

4. Faktor-faktor Kepercayaan Diri.....	15
B. <i>Fashion</i> Bermerk	18
1. Definisi <i>Fashion</i>	18
2. Dimensi-dimensi <i>fashion</i>	19
3. Fungsi <i>Fashion</i> dalam Kehidupan	20
4. Pengaruh Warna pada <i>Fashion</i>	22
C. Kepercayaan Diri ditinjau dari <i>Fashion</i> Bermerk	19
D. Kerangka Pikir.....	30
E. Hipotesis	31

BAB III METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel.....	32
B. Definisi Operasional.....	32
C. Subjek Penelitian	33
D. Teknik Pengumpulan Data	36
E. Validitas dan Reliabilitas Alat Pengumpulan Data	39
F. Teknik Analisis Data.....	40

BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Orientasi Kancan dan Persiapan Penelitian.....	41
1. Orientasi kancan	41
2. Persiapan Penelitian.....	44
3. Pelaksanaan <i>Try Out</i>	46
4. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	49
5. Penyusunan Skala untuk Penelitian	50
B. Laporan Pelaksanaan Penelitian	51

1. Penentuan Subjek Penelitian	51
2. Pelaksanaan Pengumpulan Data	52
3. Skoring	53
C. Hasil Penelitian	53
1. Deskripsi Statistik Variabel Penelitian	53
2. Kategorisasi Skor Variabel Penelitian	54
3. Uji Asumsi	56
4. Uji Hipotesis	59
D. Pembahasan	60

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	67
B. Saran	67
1. Bagi Subjek Penelitian	67
2. Bagi Lokasi Penelitian	68
3. Bagi Penelitian Selanjutnya	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel. 1 Pencampuran Warna Primer menjadi Warna Sekunder.....	24
Tabel. 2 Mahasiswa Jurusan Manajemen 2017 Universitas Lampung.....	34
Tabel. 3 <i>Blue Print</i> Skala Kepercayaan Diri.....	36
Tabel. 4 <i>Blue Print</i> Skala <i>Fashion Involvement</i>	38
Tabel. 5 Rancangan Skala Kepercayaan Diri sebelum <i>Try Out</i>	47
Tabel. 6 Rancangan Skala <i>Fashion Involvement</i> sebelum <i>Try Out</i>	47
Tabel. 7 Distribusi Aitem Valid & Gugur Skala Kepercayaan Diri	49
Tabel. 8 Distribusi Aitem Valid & Gugur Skala <i>Fashion Involvement</i>	50
Tabel. 9 Sebaran Aitem Valid Skala Kepercayaan Diri.....	51
Tabel. 10 Sebaran Aitem Valid Skala <i>Fashion Involvement</i>	51
Tabel. 11 Deskripsi Data Penelitian.....	54
Tabel. 12 Kategorisasi Kepercayaan Diri	55
Tabel. 13 Kategorisasi <i>Fashion Involvement</i>	56
Tabel. 14 Rangkuman Hasil Pehitungan Uji Normalitas Sebaran	57
Tabel. 15 Rangkuman Hasil Pehitungan Uji Linieritas	58
Tabel. 16 Uji Korelasi	59
Tabel. 17 Sumbangan Efektif.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Tiga Warna Utama (merah, kuning, biru)	24
Gambar 2 Warna Sekunder	25
Gambar 3 Warna Tersier	25
Gambar 4 Warna Hangat dan Dingin	25
Gambar 5 Warna Natural	26
Gambar 6 Warna Komplementer	26
Gambar 7 Warna Analogous	27
Gambar 8 Warna Triadic	27
Gambar 9 Warna Split Komplementer	28
Gambar 10 Warna Tetradic	28



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

Lampiran. 1 Rancangan Skala Penelitian

Lampiran. 2 Distribusi Data Uji Coba

Lampiran. 3 Validitas Dan Reliabilitas Hasil Uji Coba Skala

Lampiran. 4 Skala Penelitian

Lampiran. 5 Data Skor Penelitian

Lampiran. 6 Tabulasi Data Penelitian

Lampiran. 7 Hasil Uji Asumsi

Lampiran. 8 Hasil Uji Hipotesis

Lampiran. 9 Surat Ketersediaan Bimbingan

Lampiran. 10 Surat Perizinan Penelitian

Lampiran. 11 Kartu Konsultasi



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Rasa percaya diri dalam diri seseorang dapat menjadi sebuah ciri hidup sehat, yaitu ketika seseorang memiliki masalah dalam hidupnya, seseorang tersebut mampu mengatasinya dan dapat mengambil sebuah pelajaran dari pengalaman tersebut. Kemudian, rasa percaya diri dapat menjadi modal seseorang untuk mengaktualisasikan dirinya (Kartono, 1992).

Menurut Lauster (1990), kepercayaan diri merupakan keyakinan yang ada dalam diri seseorang atas kemampuan yang dimiliki sehingga ketika sedang melakukan sesuatu merasa tidak terlalu cemas dan merasa bebas ketika melakukan sesuatu sehingga sesuai dengan keinginan dan dapat bertanggungjawab atas tindakan yang telah dilakukan, sopan saat sedang berinteraksi dengan orang lain, memiliki dorongan prestasi serta dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan dalam diri. Kemudian Lauster (1990) menambahkan bahwa rasa percaya diri bukan suatu sifat yang didapat sejak lahir atau bawaan, melainkan didapat dari pengalaman hidup yang bisa ditanamkan melalui pendidikan sehingga rasa percaya diri tersebut dapat terbentuk dan tumbuh dalam diri. Ada beberapa ciri seseorang yang percaya diri yaitu: mandiri, tidak mementingkan diri sendiri, cukup toleran, ambisius, optimis, tidak pemalu, memiliki keyakinan dengan pendapatnya sendiri dan tidak berlebihan. Sementara

itu Taylor dkk (Siska dkk, 2003) mengatakan bahwa orang yang percaya diri memiliki sikap yang positif terhadap diri sendiri.

Menurut Pearce (Siska dkk, 2003) kepercayaan diri berawal dari sebuah perilaku, kegiatan dan usaha untuk melakukan suatu hal. Menurut Suyadi (2013) kepercayaan diri yaitu sebuah perasaan dimana seseorang yakin dengan dirinya sendiri bahwa ia memiliki konsep tentang diri sendiri.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan kepercayaan diri adalah suatu sikap positif yang dimiliki seorang terhadap dirinya untuk melakukan suatu tindakan yang diketahuinya tanpa adanya keraguan dan dapat bertindak positif terhadap lingkungan di sekitarnya. Sehingga seseorang tersebut mempunyai keyakinan terhadap konsep diri yang dimiliki.

Adapun ayat Al Quran yang menjelaskan tentang kepercayaan diri seperti dalam surah Al Imran ayat 139 dan surah Fushilat ayat 30.

وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَنْتُمْ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ۝ ١٣٩ (QS; Al Imran: 139)

Artinya: *Janganlah kamu bersikap lemah, dan janganlah (pula) kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang-orang yang beriman.* (QS; Al Imran: 139)

إِنَّ الَّذِينَ قَالُوا رَبُّنَا اللَّهُ ثُمَّ اسْتَفْهَمُوا تَتَنَزَّلُ عَلَيْهِمُ الْمَلَائِكَةُ أَلَّا تَخَافُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَبْشِرُوا بِالْجَنَّةِ الَّتِي كُنْتُمْ تُوعَدُونَ ۝ ٣٠ (QS; Fushilat: 30)

Artinya: *Sesungguhnya orang-orang yang mengatakan: "Tuhan kami ialah Allah" kemudian mereka meneguhkan pendirian mereka, maka malaikat akan turun kepada mereka dengan mengatakan: "Janganlah kamu takut dan janganlah merasa sedih; dan gembirakanlah mereka dengan jannah yang telah dijanjikan Allah kepadamu".* (QS; Fushilat: 30)

Surah Al Imran ayat 139 menjelaskan bahwa kaum muslimin (manusia) jangan memiliki sifat yang lemah dan bersedih hati, walaupun sedang mengalami musibah atau penderitaan. Sebab kaum muslimin (manusia) yang benar-benar beriman memiliki mental yang kuat dan semangat yang tinggi. Maksudnya adalah, seseorang yang beriman memiliki keberanian dan semangat yang tinggi dalam dirinya untuk melawan suatu sifat yang dapat menjatuhkan dirinya sendiri (Shihab, 2002).

Menurut Shihab (2002) dalam buku Tafsir Al-Mishbah Pesan, Kesan dan Keserasian al-Quran pada surah Fushilat ayat 30 menjelaskan bahwa, ayat-ayat diatas menguraikan lawan mereka yaitu orang-orang yang beriman dan konsisten melaksanakan petunjuk imannya. Allah berfirman: *Sesungguhnya orang-orang yang percaya dan mengatakan dengan lidahnya bahwa: "Tuhan kami hanyalah Allah"* mengatakannya sebagai cerminan kepercayaan mereka tentang kekuasaan dan kemahaesaan Allah *kemudian mereka memohon atau bersungguh-sungguh beristiqamah* meneguhkan pendirian mereka dengan melaksanakan tuntunannya, *maka* buat mereka bukan teman-teman buruk yang memperindah keburukan yang menemani mereka sebagaimana halnya para pendurhaka, tetapi *akan turun kepada mereka* yakni akan dikunjungi dari saat ke saat serta secara bertahap hingga

menjelang ajal mereka oleh *malaikat-malaikat* untuk meneguhkan hati mereka sambil berkata: “*Janganlah* kamu *takut* menghadapi masa depan *dan janganlah* kamu *bersedih* atas apa yang telah berlalu; *dan bergembiralah dengan* perolehan *surga yang telah dijanjikan Allah* melalui rasul-Nya *kepada kamu*.”

Kesimpulan dari maksud Surah Al Imran ayat 139 dan Surah Fushilat ayat 30 tersebut yaitu keduanya menjelaskan bahwa sesungguhnya ada keberanian, mental yang kuat, teguh dalam pendirian, dan semangat yang tinggi dalam tiap diri seseorang sehingga seseorang dapat yakin dengan apa yang sedang ia lakukan dan kerjakan.

Sejumlah perilaku yang berhubungan dengan rasa percaya diri mungkin dapat menjelaskan seperti bagaimana cara berpenampilan dan berpakaian yang membuat kita menjadi lebih indah dan menarik. Cara berpakaian atau *fashion* menjadi bagian yang tidak dapat dilepaskan dari penampilan dan gaya keseharian. Jika melihat seseorang mengenakan kemeja lengan panjang, dasi, lengkap dengan setelan jas dan sepatu pantofel, juga dengan jam tangan melingkar di pergelangan tangannya, orang akan menilai bahwa ia adalah orang yang mapan. Penilaian ini akan berbeda ketika melihat seseorang yang lain, mengenakan kaos, celana dan jaket *jeans*, serta sandal gunung, orang akan menilainya sebagai orang santai (Hendraningrum & Susilo, 2008).

Hal yang tidak pernah lepas dari produk-produk *fashion* adalah merek (*brand*). Menurut Susanto & Wijanarko (2004), merek sebagai identitas sebuah produk yang akan menimbulkan arti psikologis. Secara tidak langsung, merek pada *fashion* akan memberikan status atau arti tertentu bagi pemakainya. Penggunaan simbol status produk *fashion* bermerek dapat mempengaruhi minat seseorang

terhadap penampilan, simbol pada merek yang dipakai pada sebuah *fashion* akan memberikan nilai khusus pada pemakainya.

Kebanyakan orang sering berlomba-lomba untuk memakai barang-barang bermerek terkenal, tetapi harga jual yang mahal menjadi pertimbangan untuk membelinya (Oktaviari & Hendrastomo, 2016). Ada dua jenis barang yang dijual dipasaran, yaitu barang *original* atau asli dan barang tiruan. Barang *original* atau asli dibuat dari suatu perusahaan yang memakai nama *brand* itu sendiri dan biasanya barang tersebut dijual dengan harga yang mahal, sedangkan barang tiruan dibuat dengan cara meniru barang yang sudah ada. Biasanya barang yang ditiru berupa pakaian (*fashion*), tas, sepatu dan barang-barang bermerek terkenal lainnya (Gharizan, 2018). Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, seseorang akan membeli barang tiruan atau produk replika (*counterfeit product*) karena barang ini dijual dengan harga miring dari aslinya atau lebih murah.

Menurut Masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan/MIAP (Oktaviari & Hendrastomo, 2016), hal ini cukup diterima oleh masyarakat, terbukti penjualan produk replika memiliki kedudukan yang cukup tinggi.

Orang lain dapat melihat dan menilai cara kita berpakaian karena dari pakaian yang sedang kita kenakan dapat mengekspresikan diri seseorang. Di dalam masyarakat, di mana persoalan gaya adalah sesuatu yang penting (atau malah gaya merupakan segalanya), semua manusia adalah *performer*. Setiap orang diminta untuk bisa memainkan dan mengontrol peranan mereka sendiri. Gaya pakaian, dandanan rambut, segala macam aksesoris yang menempel, selera musik, atau pilihan-pilihan kegiatan yang dilakukan, adalah bagian dari

pertunjukan identitas dan kepribadian diri. Seseorang kemudian bisa memilih tipe-tipe kepribadian yang diinginkan melalui contoh-contoh kepribadian yang beredar di sekitar, seperti bintang film, bintang iklan, penyanyi, model, bermacam-macam tipe kelompok yang ada atau seseorang bisa menciptakan sendiri gaya kepribadian yang unik, yang berbeda, bahkan jika perlu yang belum pernah digunakan orang lain. Kesemuanya itu adalah demi gaya karena gaya adalah segalagalanya, dan segala-galanya adalah gaya. Dengan gaya seseorang bisa menunjukkan siapa dirinya (Oktaviari & Hendrastomo, 2016).

Fashion merupakan suatu hal yang penting dalam citra dan gaya hidup. Seseorang yang memakai suatu pakaian bukan hanya sekedar ingin memakainya karena nilai guna, tetapi karena adanya nilai atau citra tertentu yang ingin dicapai saat memakai suatu pakaian. Seperti ingin terlihat cantik, modis, trendi, anggun, elegan dan feminim. Dengan demikian, orang memilih memakai suatu pakaian bukan karena bertujuan untuk nilai guna melainkan untuk keindahan (Piliang, 1998; Trisnawati, 2011).

Fashion menjadi suatu keharusan yang sulit dilepaskan dari cara berpakaian sehari-hari. Ketika melihat seseorang mengenakan kemeja lengan panjang, dasi, lengkap dengan setelan jas dan sepatu pantofel, juga dengan jam tangan melingkar dipergelangan tangannya, orang akan menilai bahwa ia adalah orang yang mapan. Penilaian ini akan berbeda ketika melihat seseorang yang lain, mengenakan kaos, celana dan jaket jeans, serta sandal gunung, orang akan menilainya sebagai orang santai. Polhemus dan Procter (Hendraningrum dan Susilo, 2008) mengungkapkan bahwa istilah *fashion* digunakan oleh masyarakat kontemporer barat sebagai

persamaan kata dari dandan, gaya dan busana. Jadi seseorang dapat melihat dan menilai cara kita berpakaian karena dari pakaian yang sedang dikenakan dapat mengekspresikan diri seseorang. Menurut Chaney (2004) dalam sebuah gaya hidup, penampilan merupakan salah satu hal yang paling penting. Sebab dengan gaya seseorang bisa menunjukkan siapa dirinya.

Hal ini telah dibuktikan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Pranoto & Mahardayani (2010) yang mengacu pada teori Tambunan (2001) bahwa remaja yang memiliki kekurangan pada fisiknya membuat remaja tersebut akan merasa kurang percaya diri pada kelompok sosialnya atau teman sebayanya dan remaja tersebut akan mudah terbujuk oleh penawaran produk-produk *fashion* bermerek terbaru yang menurutnya bisa membuat dirinya lebih bisa percaya diri. Bagi remaja atau seseorang yang kurang mempunyai rasa percaya diri pada dirinya maka mereka akan cenderung tertarik untuk membeli produk-produk *fashion* bermerek terbaru untuk meningkatkan kualitas penampilan pada dirinya, sehingga remaja atau seseorang tersebut menjadi lebih percaya diri dihadapan kelompok sosialnya atau teman sebayanya ketika memakai produk-produk *fashion* bermerek.

Kemudian banyak hasil dari penelitian yang telah membuktikan bahwa rasa percaya diri pada remaja atau seseorang sebagian besar sangat dipengaruhi oleh penampilan fisiknya (Santrock dalam Kusumaningtyas, 2009).

Kinkin S. Basuki (Tyaswara dkk, 2017) mengatakan bahwa seseorang yang muda maupun yang sudah tua mendambakan tampil menarik. Sebab itu kebanyakan orang mengaku dirinya kurang percaya diri ketika tidak memakai *fashion* yang sedang tren saat ini ketika ingin berpergian. Sebelumnya penelitian

tentang *fashion* bermerk dan kepercayaan diri sudah pernah dilakukan oleh Pranoto dan Mahardayani (2010) dengan judul penelitian Perilaku Konsumen Remaja Menggunakan Produk *Fashion* Bermerk ditinjau dari Kepercayaan Diri, tetapi yang membuat berbeda dalam penelitian ini adalah, peneliti hanya mencari hubungan kepercayaan diri ditinjau dari *fashion* bermerk. Perbedaan dalam kedua penelitian tersebut terdapat pada subjek yang diteliti, tempat pelaksanaan penelitian dan variabel. Pada penelitian yang dilakukan oleh Pranoto dan Mahardayani (2010) memakai sampel remaja yang berstatus mahasiswa Universitas Muria Kudus (Jawa Tengah), sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh penulis mengambil sampel pada mahasiswa yang sudah memasuki usia dewasa awal berstatus mahasiswa Universitas Lampung. Kemudian Pranoto dan Mahardayani (2010) meneliti perilaku konsumen remaja yang menggunakan *fashion* bermerk dan kepercayaan diri, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis meneliti kepercayaan diri yang ditinjau dari *fashion* bermerk.

Hal ini yang membuat peneliti ingin meneliti sebuah perilaku kepercayaan diri ditinjau dari *fashion* bermerek pada mahasiswa Jurusan Manajemen angkatan 2017 Universitas Lampung. Sebagian orang tidak memperlakukan penampilan dan gayanya saat mereka pergi keluar rumah atau ke kampus tetapi sebagian orang merasa kurang percaya diri saat berpergian keluar rumah atau ke kampus sehingga mereka menggunakan model baju yang terbaru atau memakai pakaian yang *fashionable*. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah terdapat hubungan antara *fashion* bermerek dengan kepercayaan diri?

B. Tujuan

Berdasarkan atas permasalahan yang dikaji, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *fashion* bermerk dengan kepercayaan diri pada mahasiswa Jurusan Manajemen angkatan 2017 Universitas Lampung.

C. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan keilmuan dan juga dapat digunakan sebagai bahan bacaan atau referensi untuk memperluas wawasan serta penerapan konsep ilmu pada psikologi sosial.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Subjek Penelitian

Bagi mahasiswa yang menjadi subjek penelitian ini memberikan informasi dan pemahaman tentang kepercayaan diri ditinjau dari *fashion* bermerk saat berada di lingkungan teman sebaya atau kelompok sosial yang dimiliki, sehingga ketika mahasiswa tersebut berada di lingkungan sosialnya, mereka dapat menyesuaikan dirinya.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan maupun perbandingan dalam

pengembangan sehingga pada penelitian selanjutnya dapat menghasilkan hasil empiris yang lebih banyak dan benar-benar dapat dimanfaatkan secara luas.

c. Bagi Instansi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pihak kampus terkait kepercayaan diri yang ditinjau dari *fashion* bermerk pada mahasiswa/mahasiswi yang menempuh pendidikan di perguruan tinggi tersebut.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kepercayaan Diri

1. Definisi Kepercayaan Diri

Guilford, 1959 (Darmawan, 2017) berpendapat bahwa kepercayaan diri adalah aspek kepribadian yang harus dicapai dalam diri individu yang berfungsi penting untuk mengaktualisasikan potensi yang dimiliki kemudian ditunjukkan dengan adanya sikap yakin.

Menurut Anthony (1992), kepercayaan diri yaitu sikap yang ada dalam diri seseorang yang bisa menerima kenyataan, dapat mengembangkan kesadaran diri, berpikir positif, mandiri dan mempunyai kemampuan untuk memiliki serta mencapai segala sesuatu yang diinginkan.

Menurut Kumara, (1988), kepercayaan diri yaitu suatu ciri yang ada pada diri seseorang bahwa seseorang tersebut memiliki keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri. Alfatin dan Andayani (1998) memiliki pendapat yang hampir sama dengan Kumara yaitu, kepercayaan diri merupakan aspek kepribadian yang berisi keyakinan tentang kekuatan, kemampuan serta keterampilan yang dimilikinya (Ghufron dan Rini, 2017).

Menurut VandenBos (2007) dalam kamus APA (*American Psychological Association*), kepercayaan diri memiliki dua arti, pertama yaitu keyakinan diri yang percaya pada kemampuan, kapasitas dan penilaian. Karena hal tersebut biasanya dilihat sebagai sikap positif. Memperkuat kepercayaan diri sering

menjadi penengah atau tujuan akhir dalam psikoterapi. Kemudian yang kedua adalah keyakinan bahwa seseorang berhasil dalam melakukan perintah dalam tugas.

Kepercayaan diri menurut Zakiah Darajat (2016) yaitu pengalaman-pengalaman seseorang yang telah dilalui sejak kecil. Suasana hati seseorang yang sedang gembira akan menambah rasa percaya diri tersebut. Percaya diri juga dapat membuat orang menjadi optimis dalam menjalankan hidupnya, setiap masalah yang datang akan dihadapi dengan hati yang tenang sehingga dapat lebih menganalisa masalah tersebut dengan baik.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan diri merupakan suatu sikap positif yang didukung oleh rasa yakin dalam diri seseorang sehingga seseorang dapat melakukan kegiatan dengan optimis dan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki tanpa takut untuk salah. Suasana hati juga dapat mendukung rasa percaya diri seseorang. Ketika suasana hatinya sedang senang dan gembira, maka rasa percaya diri akan tumbuh dalam diri tersebut. Namun sebaliknya, ketika suasana hati seseorang sedang sedih, maka rasa percaya diri akan menurun.

2. Ciri-ciri Kepercayaan Diri

Menurut Lauster (1978) ada beberapa ciri orang yang memiliki kepercayaan diri, yaitu:

- a. Bersikap optimis
- b. Cukup toleran

- c. Tidak membutuhkan bantuan orang lain secara berlebihan
- d. Gembira

Mardatilah (2010) menambahkan bahwa seseorang yang memiliki kepercayaan diri memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Mengenal dengan baik kekurangan dan kelebihan yang dimilikinya lalu mengembangkan potensi yang dimiliki.
- b. Membuat standar atas pencapaian tujuan hidupnya lalu memberikan penghargaan jika berhasil dan bekerja lagi jika tidak tercapai.
- c. Tidak menyalahkan orang lain atas kekalahan atau ketidakberhasilan namun, lebih banyak mengintropeksi diri.
- d. Mampu mengatasi perasaan tertekan, kecewa dan rasa ketidakmampuan yang dimiliki
- e. Mampu mengatasi rasa kecemasan dalam dirinya
- f. Tenang dalam menjalankan dan menghadapi segala sesuatu.
- g. Berpikir positif
- h. Maju terus tanpa melihat kebelakang.

3. Aspek-aspek Kepercayaan Diri

Terdapat beberapa aspek kepercayaan diri yang dimiliki seseorang seperti yang diungkapkan oleh Guilford (Darmawan, 2017), sebagai berikut:

a. Merasa adekuat terhadap tindakan yang dilakukan

Seseorang yang memiliki sikap optimis yaitu yakin atas kemampuan yang dimilikinya, selalu berpandangan baik dalam menghadapi segala hal kemampuannya, mandiri saat melakukan suatu hal dan bertindak aktif dalam lingkungannya.

b. Merasa diterima oleh lingkungan

Seseorang merasa bahwa dirinya disukai oleh kelompok atau orang lain, bersikap tidak berlebihan, peduli dengan orang lain dan tidak hanya mementingkan dirinya sendiri, dan merasa puas di dalam kelompoknya.

c. Memiliki ketenangan sikap

Tidak ragu dan gugup saat sedang melakukan sesuatu dan saat menyampaikan sesuatu, mampu bekerja secara efektif dan cukup toleran terhadap situasi.

Menurut Lauster (1992), ada lima aspek kepercayaan diri yang dimiliki seseorang seperti sebagai berikut:

a. Keyakinan kemampuan diri

Keyakinan kemampuan diri yaitu suatu sikap positif dalam diri seseorang tentang dirinya bahwa ia meyakini apa yang dilakukan.

b. Optimis

Optimis merupakan sikap positif pada diri seseorang yang selalu memandang baik segala sesuatu tentang diri dan kemampuannya saat menghadapi suatu hal.

c. Objektif

Seseorang yang yakin bahwa permasalahan atau sesuatu hal sesuai dengan kebenaran yang semestinya, bukan kebenaran yang berasal dari pendapat pribadi atau dirinya sendiri.

d. Bertanggungjawab

Bertanggungjawab yaitu seseorang yang siap untuk menanggung segala sesuatu yang telah menjadi konsekuensinya.

e. Rasional dan realistis

Rasional dan realistis merupakan suatu kejadian atau suatu masalah yang dianalisa dengan pemikiran yang dapat diterima oleh akal dan sesuai dengan kenyataan.

4. Faktor-faktor Kepercayaan Diri

Berikut ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri (Ghufron dan Rini, 2017);

a. Konsep Diri

Anthony (1992) berpendapat bahwa konsep diri merupakan awal terbentuknya kepercayaan diri pada diri seseorang yang diperoleh dari interaksi dalam suatu kelompok.

b. Harga Diri

Harga diri seseorang yang positif akan membentuk konsep diri menjadi pribadi yang positif. Harga diri merupakan suatu penilaian yang dilakukan pada diri sendiri. Menurut Santoso, ketika

seseorang memiliki harga diri yang tinggi atau rendah, maka akan mempengaruhi tingkat kepercayaan diri seseorang tersebut.

c. Pengalaman

Dalam hidup seseorang, pengalamannya dapat menjadi faktor muncul dan menurunnya rasa percaya diri. Menurut Anthony (1992) pengalaman pada masa lalu merupakan hal yang penting untuk mengembangkan kepribadian sehat.

d. Pendidikan

Tingkat pendidikan akan mempengaruhi kepercayaan diri pada seseorang. Biasanya orang yang berpendidikan rendah akan membuat orang tersebut tergantung dan membuat dirinya berada pada kekuasaan orang lain. Sedangkan pada orang yang berpendidikan tinggi mempunyai tingkat kepercayaan diri yang lebih tinggi dibandingkan dengan seseorang yang memiliki tingkat pendidikan rendah.

Lain halnya dengan MiddleBrook (Fatimah, 2000) mengatakan bahwa ada empat faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri seseorang, yaitu:

a. Pola Asuh

Pola asuh terdiri dari tiga macam cara yaitu, otoriter, demokratis dan permisif. Masing-masing cara pola asuh tersebut sangat berpengaruh dalam pembentukan suatu kepribadian.

b. Jenis Kelamin

Biasanya perlakuan para orang tua akan berbeda terhadap anak laki-laki dan perempuan yang dimiliki. Anak laki-laki sering dianggap lebih dari anak perempuan. Anak perempuan sering mendapatkan banyak larangan sedangkan laki-laki lebih banyak mendapatkan kebebasan. Perbedaan yang dibuat antara laki-laki dan perempuan tersebut dapat mempengaruhi rasa percaya diri mereka.

c. Pendidikan

Seseorang yang memiliki pendidikan tinggi mempunyai pendirian yang kuat dan mandiri. Semakin tinggi pendidikan yang dimiliki seseorang maka akan semakin tinggi pula pengetahuan dan pengalaman yang didapat dan menjadikan seseorang tersebut yakin ketika mengambil sebuah keputusan, sehingga hal ini akan berpengaruh pada kepercayaan dirinya.

d. Penampilan Fisik.

Penampilan fisik adalah salah satu alasan yang mempengaruhi kepercayaan diri pada seseorang. Seseorang yang memiliki penampilan fisik kurang menarik biasanya akan bergaul dengan individu lain yang sama dengannya dari segi penampilan fisik. Biasanya seseorang akan menarik dirinya dari kelompok yang tidak sesuai dengan dirinya dikarenakan seseorang tersebut mempunyai kurangnya kepercayaan diri.

5. Kepercayaan Diri dalam Perspektif Islam

Kepercayaan diri merupakan suatu aspek kepribadian manusia yang memiliki fungsi penting dalam meningkatkan kemampuan yang dimilikinya. Untuk mendapatkan rasa percaya diri, seseorang harus melalui beberapa proses. Proses yang pertama yang terjadi yaitu, manusia diwajibkan mempercayai Allah *Subhanahu wata'ala*. Oleh karena itu, manusia harus percaya pada dirinya sendiri bahwa setiap melakukan sesuatu harus dibarengi dengan rasa optimisme. Optimis dapat membuat seseorang percaya diri dengan segala keputusan yang diambilnya (Rif'ati, 2018). Al-Qur'an sebagai pedoman umat Islam menegaskan mengenai kepercayaan diri yang terkandung dalam beberapa ayat-ayat yang mengindikasikan percaya diri, diantaranya adalah:



Artinya : *Sesungguhnya Kami telah menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya.* (QS; At- Tiin: 4)

Manusia diciptakan Allah SWT menjadi makhluk yang paling sempurna, karena manusia diberi suatu kelebihan dari makhluk lain di dunia, yaitu akal. Dalam hal ini Allah telah meningkatkan derajat manusia sebagai makhluk yang paling baik. Manusia dianjurkan untuk bersedih hati ataupun menyerah dan tidak percaya terhadap kemampuan yang dimilikinya. Apabila seseorang memiliki iman, maka salah satu ciri rasa percaya diri yaitu sikap optimis. Optimis merupakan suatu sikap positif dalam diri seseorang yang memiliki pandangan baik dalam menghadapi segala sesuatu, harapan dan kemampuan (Usman, 2016).

Optimis merupakan suatu sikap yang dibutuhkan setiap manusia dalam menempuh jalan Allah SWT, apabila orang tersebut meninggalkannya walau hanya sementara, maka akan luput, optimisme timbul dari perasaan gembira dengan segala kemurahan Allah, Rahmat dan Karunia-Nya serta perasaan lega menanti kemurahan dan anugerah-Nya karena percata atas kemurahan Allah.

Menurut Rif'ati (2018) seseorang yang memiliki sikap optimis yaitu orang yang mempunyai ketaatan dalam melaksanakan segala perintah Allah dan menjauhi segala larangan-Nya. Ia berharap agar Allah tidak akan berpaling, menerima segala amal perbuatan, dan melipat gandakan pahalanya. Sebaliknya orang yang bersikap pesimis atau putus asa akan sering kali berasa bimbang, bingung, dan tidak dapat mengambil keputusan apabila menghadapi suatu permasalahan hidup. Rasa bimbang terkadang menjadi sebuah kekhawatiran yang mendalam yang akhirnya berujung kepada sikap tidak percaya diri. Maka seharusnya kita sebagai manusia yang baik, haruslah senantiasa mengingat segala kemurahan Allah, Rahmat dan Taufiq-Nya. Optimislah dalam menjalani kehidupan di dunia, sebab dengan optimis akan menjadi lebih baik dan indah, serta jangan mudah putus asa dari apa yang Allah beri kemata setiap manusia. Seperti yang terkandung dalam QS. Yusuf ayat 87 sebagai berikut:

يَبْنِيْ اَزْهَبُوْا فَتَحَسَّسُوْا مِنْ يُوسُفَ وَاَخِيْهِ وَلَا تَاْيَسُوْا مِنْ رَّوْحِ اللّٰهِ ^ط اِنَّهٗ لَا يَاْيَسُ

مِنْ رَّوْحِ اللّٰهِ اِلَّا الْقَوْمُ الْكَافِرُوْنَ ﴿٨٧﴾

Artinya: *"Hai anak-anakku, pergilah kamu, maka carilah berita tentang Yusuf dan saudaranya dan jangan kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus asa dari rahmat Allah, melainkan kaum yang kafir"*. (QS; Yusuf: 87)

Seorang manusia harus percaya terhadap kemampuan diri sendiri dan tidak boleh merasa dirinya lemah dan tidak mempunyai kemampuan tertentu. Manusia merupakan seorang pemimpin atau khalifah di bumi. Manusia ditakdirkan memiliki derajat yang lebih tinggi dan memiliki nilai kesempurnaan daripada makhluk lain di dunia, oleh karena itu manusia harus memanfaatkan sumber daya alam dengan sebaik mungkin (Rif'ati, 2018).

Rif'ati (2018) menyimpulkan bahwa dari ayat diatas manusia diharapkan dapat memiliki rasa percaya diri dengan segala kelebihan dan kekurangan yang ada dalam dirinya. Karena Allah menciptakan manusia dengan segala kelebihan dan kekurangan masing masing dan hal ini ditujukan agar manusia tidak merasa sebagai makhluk yang paling tinggi. Dengan segala kelebihan dan kekurangan yang dimiliki, hendaknya kita mengisi dengan rasa penuh percaya diri untuk menuju jalan yang lebih baik dan dapat menjadi manusia yang sukses, berhasil dan mempunyai tujuan yang baik dan hidup bahagia di dunia.

B. *Fashion* Bermerk

1. Definisi *Fashion*

Fashion merupakan sebuah fenomena kultural, yang dimana dapat diartikan bahwa *fashion* merupakan cara yang digunakan suatu kelompok atau individu untuk memberitahukan identitasnya pada kelompok atau orang lain. Kata *fashion* berasal dari baha Latin yaitu *factio* yang berarti membuat atau melakukan. Arti sebenarnya dari kata *fashion* mengacu pada kegiatan. Polhemus dan Procter (Hendraningrum dkk, 2008) mengungkapkan bahwa istilah *fashion* digunakan oleh masyarakat kontemporer Barat sebagai persamaan kata dari dandan, gaya dan busana. Jadi seseorang dapat melihat dan menilai cara kita berpakaian karena dari pakaian yang sedang dikenakan dapat mengekspresikan diri seseorang.

Fashion dapat mengekspresikan diri dalam berbagai peran dalam hidup. *Fashion* merupakan perubahan yang penting agar hidup bisa selalu menyenangkan. *Fashion* dapat menjadi cermin yang bisa menjadi alat ukur situasi sikap dan perasaan seseorang. Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa secara umum *fashion* dapat diklasifikasikan menurut sifatnya yang tidak bertahan lama dan berubah-ubah yang berlangsung secara terus menerus (Newman, 2001; Tyaswara dkk, 2017).

Menurut Featherstone (2001), *fashion* sering diartikan sama dengan busana, padahal pengertian dari *fashion* dapat mencakup sesuatu yang berkaitan dengan *adornment* (perhiasan), *style* (gaya) dan *dress* (pakaian).

Menurut Alex Thio (1989) dalam buku *Sociology*, “*fashion is a great though brief enthusiasm among relatively large number of people for a particular innovation*”. Artinya dalam bahasa Indonesia yaitu *fashion* merupakan antusiasme yang besar meskipun singkat diantara sejumlah besar orang untuk inovasi tertentu. Maksudnya yaitu, *fashion* dapat mencakup apa saja yang sedang tren dan diikuti banyak orang. *Fashion* berkaitan dengan unsur baru sehingga *fashion* cenderung memiliki umur yang singkat dan tidak bersifat lama (Trisnawati, 2011).

Berdasarkan beberapa pengertian *fashion* diatas dapat disimpulkan bahwa *fashion* merupakan persamaan kata dari dandan, gaya dan busana yang memiliki sifat sementara karena *fashion* terus berubah-ubah yang terus berlangsung dan tidak kekal. *Fashion* dapat menjadi salah satu cara untuk menunjukkan identitas seseorang atau suatu kelompok pada orang lain dan kelompok lain. Selain menjadi sebuah identitas diri, *fashion* juga dapat mengekspresikan diri dalam berbagai peran dalam hidup seseorang yang sedang memakainya.

2. Dimensi-dimensi *Fashion*

Ada dua dimensi *fashion* menurut Peter dan Olson (Sultana, 2016), yaitu;

a. *Intrinsic self-relevance* (Relevansi diri intrinsik)

Relevansi diri intrinsik berdasarkan pada pengetahuan konsumen mengenai alat-tujuan melalui pengalaman masa lalu dengan produk yang disimpan dalam memori.

b. *Situational self-relevance* (relevansi diri situasional)

Relevansi diri situasional ditentukan oleh aspek fisik saat itu dan lingkungan fisik sosial mengaktifkan konsekuensi dan nilai penting, kemudian membuat produk tersebut relevan.

3. Fungsi *Fashion* dalam Kehidupan

Menurut Barnard (2011), ada empat fungsi *fashion* dalam kehidupan, yaitu sebagai berikut;

a. *Fashion* sebagai Pencitraan Diri

Fashion atau gaya berpakaian yang ditampilkan oleh seseorang dapat menjadi sebuah sampul yang membuat pemakainya terlihat berbeda dan menjadi salah satu cara untuk menciptakan citra diri. Pada dasarnya pakaian berfungsi untuk pelindung badan atau tubuh dan daya tarik, tetapi sekarang pakaian atau *fashion* sudah menjadi bagian dari *lifestyle*. Karena melalui *fashion*, seseorang dapat mengekspresikan dirinya. Wibawa seseorangpun bisa terlihat berbeda saat menggunakan *fashion* yang sedang tren atau *fashionable*. Citra diri pada *fashion* dapat dipahami secara faktual, bahan yang digunakan, waktu dan tempat pembuatannya, seseorang yang memakainya, dan lain sebagainya.

b. *Fashion* sebagai Identitas Sosial

Studi tentang *fashion* tidak hanya sekedar tentang pakaian, tetapi membahas tentang makna dan peran pakaian dalam tindakan sosial.

Selain itu, *fashion* juga dapat menjadi identitas sosial yang didalamnya membawa pesan dan gaya hidup suatu komunitas. *Fashion* atau pakaian dapat mengekspresikan suatu identitas sosok tertentu karena pakaian merupakan suatu simbol yang dapat terlihat dengan jelas dari penampilan luar seseorang. Kemudian, *fashion* merupakan salah satu cara suatu kelompok untuk membuat identitas diri mereka sebagai penanda bahwa mereka berasal dari suatu kelompok tertentu agar kelompok tersebut memiliki ciri khas atas penampilan mereka sendiri dan lebih percaya diri. *Fashion* sebagai identitas dapat menentukan peranan seseorang dalam kelompok sosial karena penampilan atau *fashion* menjadi sebuah kriteria untuk diterimanya seseorang atau ditolaknya seseorang dalam suatu kelompok tertentu. Hal ini disebabkan dengan adanya pengaruh *fashion* yang membuat masyarakat menjadi menentukan posisi sosial seseorang.

c. *Fashion* sebagai Komunikasi

Fashion merupakan salah satu hal yang kaitannya sangat erat dengan diri seseorang. Suatu pakaian saat dikenakan oleh seseorang dapat menunjukkan siapa pemakainya. Hal ini membuktikan bahwa pakaian atau *fashion* yang dikenakan seseorang dapat mengkomunikasikan sesuatu kepada orang lain melalui gaya, dandanan, dan busana. *Fashion* juga dapat berfungsi sebagai penghubung visual non verbal antara diri manusia yang

secara personal dalam lingkungan kehidupan. Tetapi seseorang harus dapat membedakan antara penampilan pribadi orang itu sendiri dengan penampilan yang memberikan pesan yang ingin dikomunikasikannya, karenanya tidak setiap *fashion* adalah sebagai pesan utama itu sendiri. Selama menjadi sarana komunikasi, tentunya seseorang yang membaca pesan dari pemakai *fashion* tersebut tidak selalu paham atau sering salah mengartikan karena kurangnya pengetahuan atau berbedanya budaya seseorang tersebut sehingga pengalamannya pun juga berbeda. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa makna menjadi sebuah pengertian yang tidak ajeg, tergantung pada lingkup budaya dimana pesan tersebut disampaikan.

d. *Fashion* sebagai Ciri Modernitas

Kronologi sejarah modernitas manusia tidak terlepas dari bagaimana manusia mulai berbusana. Masyarakat yang tidak masuk dalam peradaban Barat tidak menggunakan *fashion*, tetapi gaya mereka menggunakan busana yang baku. Bentuk pakaian itu menjadi baku karena tidak berubah seiring berjalannya waktu dan tempat tertentu, namun semua berubah dengan adanya pengaruh Barat atau biasa disebut dengan pengaruh globalisasi.

4. Pengaruh Warna pada *Fashion*

Warna merupakan kesan yang diperoleh indra penglihatan dari cahaya yang dipantulkan benda tertentu yang dikenai cahaya tersebut. Warna

merupakan salah satu hal yang sangat penting bagi kehidupan manusia, karena warna dapat memberikan kesan yang dapat membangkitkan perasaan yang spontan kepada orang yang melihatnya. Tanpa sadar, pikiran manusia sudah terprogram oleh warna, seperti misalnya seseorang dapat mengetahui suatu makanan yang sudah basi melihat dari warna yang sudah berubah dari warna sebelumnya, kemudian pengendara di jalan raya akan berhenti ketika melihat lampu merah pada *traffic light* atau hal lainnya dalam kehidupan sehari-hari termasuk pada *fashion*.

Pada fashion, biasanya menggunakan *color wheel* sebagai pengaplikasian busana. *Color wheel* merupakan dasar teori warna berupa bagan yang memetakan semua warna yang ada. Di dalamnya dapat dilihat urutan warna yang berhubungan satu dengan yang lain secara harmonis. Adapun jenis-jenis warna berdasarkan letaknya dan berdasarkan keharmonisannya dalam *color wheel*;

a. Jenis-jenis Warna Berdasarkan Letaknya dalam *Color Wheel*

1) Warna Primer

Warna dasar yang terdiri dari biru, merah dan kuning yang disebut juga sebagai *Hue*. Ketiga warna ini merupakan warna yang bisa dikombinasikan dan menghasilkan warna-warna turunan lainnya. Warna-warna inilah yang bisa ditangkap oleh mata manusia karena mata manusia seperti spesies lain yang memiliki tiga macam reseptor warna yang disebut makhluk *trichromat*. Karena pada dasarnya warna primer bukan milik cahaya, tetapi lebih merupakan konsep biologis,

yang didasarkan pada respons fisiologis mata manusia terhadap cahaya. Secara fundamental, cahaya adalah spektrum berkesinambungan dari panjang gelombang (*wave length*), yang berarti terdapat jumlah warna yang tak terhingga. Mata manusia hanya mampu menangkap panjang gelombang sampai batas tertentu karena jenis alat penerima/reseptor manusia yang disebut sel kerucut hanya mampu menangkap panjang gelombang hingga 780 nanometer. Sehingga tiga warna dasar inilah yang mampu ditangkap manusia dan disebut sebagai warna utama.



2) Warna Sekunder

Warna-warna yang dihasilkan dari pencampuran warna-warna primer (biru, merah, dan kuning) dalam satu ruang warna. Hasil pencampuran warna primer bisa dilihat dari tabel dan gambar berikut :

Tabel 1
Pencampuran Warna Primer menjadi Warna Sekunder

Warna Primer	Warna Sekunder
Biru + kuning	Hijau
Kuning + merah	Oranye
Merah + biru	Ungu



Gambar 2 Warna Sekunder
Sumber: www.tigercolor.com

3) Warna Tersier

Warna tersier adalah warna yang dihasilkan dari campuran satu warna primer dengan satu warna sekunder dalam sebuah ruang warna.

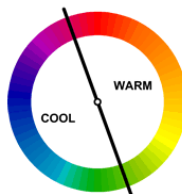


Gambar 3 Warna Tersier
Sumber: www.tigercolor.com

4) Warna Hangat dan Warna Dingin

Color wheel bisa dibagi menjadi dua: warna hangat dan warna dingin.

Warna hangat merupakan warna yang energik, terang, dan menarik perhatian. Sedangkan untuk warna dingin merupakan warna yang memberikan impresi tenang dan mempunyai efek menenangkan.



Gambar 2.4 Warna Hangat dan Dingin
Sumber: www.tigercolor.com

5) Warna Natural

Warna natural yang dikategorikan dalam *color wheel* adalah: hitam, abu-abu, dan putih. Warna-warna natural dapat diperoleh dari warna sekunder dan tersier yang memiliki *tone* rendah/gelap. *Tints* (penambahan warna putih), *Tone* (penambahan warna hitam) dan *Shades* (penambahan warna abu-abu) pada dasarnya adalah sama, yaitu menambahkan warna natural ke dalam suatu warna sehingga memberikan efek menerangkan atau menggelapkan intensitas suatu warna.



Gambar 5 Warna Natural
Sumber: www.tigercolor.com

b. Jenis-jenis Warna Berdasarkan Keharmonisannya

1) Warna Komploment

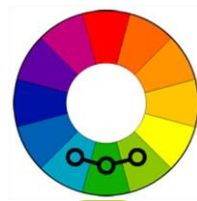
Warna komploment yaitu warna yang berseberangan di dalam *color wheel* memiliki sudut 180 derajat, dua warna dengan posisi kontras, komploment menghasilkan perpaduan warna yang sangat menonjol. Contohnya: Merah-Hijau, Biru-Oranye, Ungu-Kuning.



Gambar 6 Warna Komploment
Sumber: www.tigercolor.com

2) Warna *Analogous*

Warna yang berdekatan satu sama lain dalam lingkaran warna. Skema warna *analogous* ini sering ditemui dalam alam dan menyenangkan untuk dilihat. Kombinasi ini memberikan warna terang dan ceria sehingga warna terlihat harmonis.



Gambar 7 Warna Analogous
Sumber: www.tigercolor.com

3) Warna *Triadic*

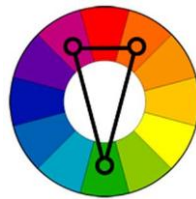
Warna *triadic* merupakan segitiga sama sisi yang ditarik di atas roda warna, sudut yang menyentuh tiga warna. Skema warna *triadic* memiliki kombinasi tiga *hue* yang relatif berjarak sama dalam *color wheel*. Penggunaan kombinasi *triadic* menghasilkan warna yang bernada kontras.



Gambar 8 Warna Triadic
Sumber: www.tigercolor.com

4) Warna Split Komplementer

Warna split komplementer hampir sama dengan skema warna komplementer, hanya saja ada sedikit penambahan warna yaitu menggunakan formula huruf “Y” terbalik untuk mendapatkan harmonisasi warna.



Gambar 9 Warna Split Komplementer
Sumber: www.tigercolor.com

5) Warna *Tetradic (Rectangle)*

Warna *tetradic (rectangle)* merupakan perpaduan dua warna komplementer yang digunakan secara bersamaan, kombinasi ini menghasilkan warna yang sangat kontras antara warna dingin dan warna hangat.



Gambar 10 Warna *tetradic (rectangle)*
Sumber: www.tigercolor.com

C. Kepercayaan Diri ditinjau dari *Fashion* Bermerek

Menurut Anthony (1992), kepercayaan diri yaitu sikap yang ada dalam diri seseorang yang bisa menerima kenyataan, dapat mengembangkan kesadaran diri, berpikir positif, mandiri dan mempunyai kemampuan untuk memiliki serta mencapai segala sesuatu yang diinginkan.

Kumara (1988) berpendapat bahwa, kepercayaan diri yaitu suatu ciri yang ada pada diri seseorang bahwa seseorang tersebut memiliki keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri. Alfatin dan Andayani (1998) memiliki pendapat yang hampir sama dengan Kumara yaitu, kepercayaan diri merupakan aspek kepribadian yang berisi keyakinan tentang kekuatan, kemampuan serta keterampilan yang dimilikinya (Ghufron dan Rini, 2017).

Fashion tidak hanya tentang pakaian yang dikenakan untuk bergaya melainkan, *fashion* dapat mengekspresikan diri dalam berbagai peran dalam hidup. *Fashion* merupakan perubahan yang penting agar hidup bisa selalu menyenangkan. *Fashion* dapat menjadi cermin yang bisa menjadi alat ukur situasi sikap dan perasaan seseorang. Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa secara umum *fashion* dapat diklasifikasikan menurut sifatnya yang tidak bertahan lama dan berubah-ubah yang berlangsung secara terus menerus (Newman, 2001; Tyaswara dkk, 2017).

Hal ini telah dibuktikan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Pranoto & Mahardayani (2010) yang mengacu pada teori Tambunan (2001) bahwa remaja yang memiliki kekurangan pada fisiknya membuat remaja tersebut akan merasa

kurang percaya diri pada kelompok sosialnya atau teman sebayanya dan remaja tersebut akan mudah terbujuk oleh penawaran produk-produk *fashion* bermerek terbaru yang menurutnya bisa membuat dirinya lebih bisa percaya diri. Bagi remaja atau seseorang yang kurang mempunyai rasa percaya diri pada dirinya maka mereka akan cenderung tertarik untuk membeli produk-produk *fashion* bermerek terbaru untuk meningkatkan kualitas penampilan pada dirinya, sehingga remaja atau seseorang tersebut menjadi lebih percaya diri dihadapan kelompok sosialnya atau teman sebayanya ketika memakai produk-produk *fashion* bermerek.

Kemudian banyak hasil dari penelitian yang telah membuktikan bahwa rasa percaya diri pada remaja atau seseorang sebagian besar sangat dipengaruhi oleh penampilan fisiknya (Santrock dalam Kusumaningtyas, 2009).

Hubungan kepercayaan diri ditinjau dari *fashion* bermerk yaitu bahwa adanya hubungan secara psikologis setiap wanita yang penampilannya menarik dan nyaman lebih memiliki percaya diri dibandingkan dengan wanita yang penampilannya tidak menarik. Hal ini menjadikan rasa percaya diri mempengaruhi semangat dalam mengerjakan berbagai macam pekerjaan dan beraktivitas (Hendraningrum dan Susilo, 2008).

D. Kerangka Pikir

Berdasarkan pada penjabaran diatas, maka peneliti membuat kesimpulan bahwa mahasiswa yang memakai *fashion* bermerk akan merasa percaya diri.

Untuk lebih jelas, sebagai bahan tuntutan pemecahan masalah maka peneliti membuat kerangka dibawah ini:



Gambar 11
Bagan kepercayaan diri ditinjau dari *fashion* bermerk

E. Hipotesis

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah dan kerangka pikiran yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis merumuskan sebuah hipotesis penelitian sebagai berikut: “Adanya Hubungan antara *Fashion* Bemerek dengan Kepercayaan Diri.”



DAFTAR PUSTAKA

- Anthony, R. 1992. *Rahasia Membangun Kepercayaan Diri*. Penerj. Rita W. Jakarta : Rajawali.
- Azwar, S. 2012. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. 2012. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Barnard, M. 2011. *Fashion Sebagai Komunikasi*, terj. Idy Subandy Ibrahim dan Yosol Iriantara. Yogyakarta : Jalasutra.
- Chaney, D. 2004. *Lifestyle Sebuah Pengantar Komprehensif*, terj. Nuraeni. Yogyakarta : Jalasutra.
- Daradjat, Z. 2016. *Kesehatan Mental*. Jakarta : Gunung Agung.
- Darmawan, A. H. 2017. Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Distro pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Malang. *Skripsi*. Malang.
- Gharizan, A., I. 2018. Keputusan Pembelian Barang KW Dikalangan Mahasiswa Salatiga. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol. 1, No. 1*.
- Ghufron, M. N., & Risnawita, R., 2017. *Teori-Teori Psikologi*. Jogjakarta : Ar-Ruzz Media.
- Hendraningrum, R., & Susilo, M., E. 2008. *Fashion dan Gaya Hidup : Identitas dan Komunikasi. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 6, No. 2*.
- Kartono, K. 1992. *Psikologi Wanita : Mengenal Gadis Remaja dan Wanita Dewasa*. Bandung : Mandar Maju.
- Khaera, U., 2017. Pengaruh *Fashion* Oki Setiana Dewi Terhadap Perilaku Berbusana Alumni Pondok Pesantren Puteri Ummul Mukminin Makassar. *Skripsi*. Makassar.
- Lauster, P. 2015. *Tes Kepribadian*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Malay, M. N. 2019. *Modul Praktikum Statistika (Anakisis Data SPSS)*. Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Raden Intan Lampung.
- Malay, M. N., Fitriani, A., & Islamia, I. 2019. *Pedoman Penulisan Skripsi Prodi Psikologi Islam*. Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Raden Intan Lampung.

- Mardatilah. 2010. *Pengembangan Diri*. STIE Balikpapan : Madani.
- Margono. 2004. *Metodelogi Penelitian Pendidikan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Ni"matuzahroh dan Susanti, P. 2018. *Observasi: Teori Dan Aplikasi Dalam Psikologi*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Oktaviari, V., & Hendrastomo, G. 2016. Perilaku Konsumtif pada Produk Replika (*Counterfeit Product*) sebagai Gaya Hidup Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Perilaku Konsumtif*, Vol. 1, No. 1.
- Pranoto, W., & Mahardayani, H., I. 2010. Perilaku Konsumen Remaja Menggunakan Produk *Fashion* Bermerek ditinjau dari Kepercayaan Diri. *Jurnal Psikologi Universitas Muria Kudus*, Vol. 1, No. 1.
- Rif'ati, M. I., 2018. Kepercayaan Diri dalam Perspektif Islam. *Jurnal Research Gate*. Vol. 1 No. 1.
- Sani, F., & Nurtjahyanti., H. 2016. Hubungan Antara Citra Diri dengan Intensi Membeli Produk *Fashion* Bermerek Tiruan pada Mahasiswa Tahun Pertama Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*. Vol. 5, No. 3.
- Shihab, M. Q. 2002. *Tafsir Al- Mishbah Pesan, Kesan dan Keserasian al-Quran*. Jakarta : Lentera Hati.
- Siska dkk. 2003. Kepercayaan Diri dan Kecemasan Komunikasi Interpersonal Pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi*, Vol. 2, No. 0215-8884.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2001. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Sultana, A. 2016. Hubungan *Self Control* dengan *Fashion Involvement* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. *Skripsi*. Malang.
- Susanto, A., B., & Wijanarko, H. 2004. *Power Branding : Membangun brand yang legendaris*. Jakarta : PT. Mizan Pustaka.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Trisnawati, T. Y. 2011. *Fashion* sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi. *Jurnal The Messenger*, Vol. 3, No. 1.

Tyaswara, B., dkk. 2017. Pemaknaan Terhadap *Fashion Style* Remaja Di Bandung. *Jurnal Komunikasi*, Vol. 8, No. 3.

Usman. Kadi. A.P. 2016. Hubungan Kepercayaan Diri dan *Self Regulated Learning* Terhadap Prokastinasi Akademik pada Mahasiswa Psikologi 2013 (Mahasiswa Psikologi Universitas Mulawarman). *eJournal Psikologi*, Vol. 4, No. 4.

Winarsunu, T. 2015. *Statistik dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*. Malang : UMM Press.

VandenBos, G. R., 2007. *APA Dictionary of Psychology*. Washington DC : Maple Press, York, PA.

